



Dennis CROWLEY

Es el creador de Foursquare, la red social de geolocalización que planta cara a Facebook

Iván González MADRID.

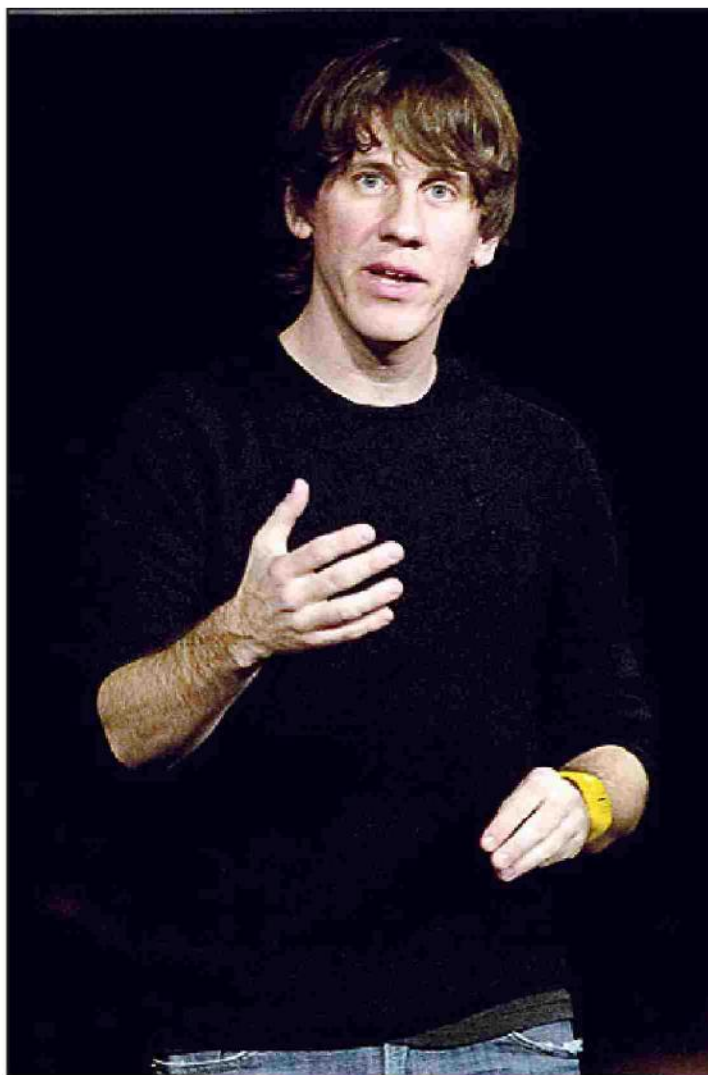
Un día cualquiera, cuando Dennis Crowley practicaba *footing* en el famoso puente de Brooklyn, pisó el dibujo de un hongo en el suelo. Aquello le recordó al videojuego Super Mario Bros; y, por un momento, sintió cómo esa pisada le daba poderes, tal y como le ocurre al personaje de Nintendo. Entonces pensó que por qué no convertir la vida en una especie de juego virtual. A partir de aquella idea nació la empresa que le haría rico, Foursquare.

Tal y como él mismo declaró en una entrevista a *El País*, su objetivo no es otro que hacer la vida más divertida, y más concretamente "hacer de la rutina diaria algo cada vez más interesante y convertir a las ciudades en un tablero de juego y socialización".

Este emprendedor, del que dicen que es juerguista, chistoso y un fanático de la ciudad de Nueva York, es el culpable del éxito mundial de este sistema de geolocalización que permite conectar a los usuarios con su red de contactos e informarles de dónde están en cada momento, actualizando en tiempo real su ubicación.

Foursquare, que tiene tres años y medio de vida, gana, de media, 1,5 millones de usuarios nuevos cada mes, y ya ha alcanzado los 600 millones de dólares en volumen de negocio. Permite que "las ciudades sean más fáciles y divertidas de explorar", según su creador, que se revela un amante del esquí y del *footing*, aunque no es muy bueno ni en los deportes ni en los estudios, según su familia.

El profesor de Sistemas y Tecnologías de IE Business School, Enri-



GETTY

El creador de Facebook intentó copiar su idea, pero no pudo competir con él

que Dans, recuerda la rivalidad entre este visionario y el hombre que creó Facebook: "Foursquare te permite conocer ciudades de forma divertida, al mismo tiempo que interactivas con tus amigos. Mark Zuckerberg copió esta idea y la llamó Facebook Places, pero nunca le pudo hacer frente".

Personal: nació en Medway (EEUU) hace 35 años.

Formación: se licenció en 1998 en la Universidad de Syracuse (EEUU) y cursó un Programa de Telecomunicaciones Interactivas (ITP) en la New York University Tisch School of the Arts en 2004.

Trayectoria: creó una plataforma de geolocalización, Dodgeball, que llamó la atención de Google, que la compró en 2005. Hace tres años fundó la actual Foursquare.

Ya con su plataforma tecnológica cogiendo forma, a Crowley se le ocurrió abrir la puerta a los anunciantes y empezó a ofrecer descuentos a los usuarios que visitasen los negocios adscritos a Foursquare, desde restaurantes hasta cafeterías, tiendas de ropa o galerías de arte. Esta iniciativa le dio el impulso definitivo a su proyecto y lo convirtió en uno de los más exitosos dentro del competitivo mundo de las redes sociales.

Como si de una bola de nieve se tratara, Foursquare ha alcanzado, en sus tres años de andadura en la Red, la cifra de 35 millones de establecimientos registrados, que han sido visitados en 2.000 millones de ocasiones.

Hay quien vaticina la compra de esta especie de Google Maps personalizado por parte de Facebook -como ya ocurrió con Instagram a razón de 1.000 millones de dólares, pero parece una tarea harto complicada, ya que Dennis Crowley lo tiene muy claro: "Foursquare no se vende, a no ser que sea estrictamente necesario", ha afirmado.